

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/73135/1508215/german-free-tv-launcht-mit-fem-tv-einzigem-special-interest-sender-fuer-frauen> abgerufen werden.



## German Free TV launcht mit "FEM TV" einzigen Special-Interest-Sender für Frauen

09.11.2009 - 09:15 Uhr, ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH

Unterföhring (ots) - Perfekte Ergänzung des Senderportfolios/  
Vermarktungskonzept setzt auf individuelle Lösungen der SevenOne  
AdFactory insbesondere für Non-TV-Kunden

Die German Free TV, in der die deutschen Sender der ProSiebenSat.1 Group gebündelt sind, startet im 2. Quartal 2010 einen Special-Interest-Sender für Frauen: FEM TV wird damit in seiner Positionierung in Deutschland einzigartig sein. "Damit schließen wir eine Marktlücke in Deutschland. Zudem ist das neue Free TV-Angebot eine perfekte Ergänzung unseres bestehenden Portfolios mit SAT.1, ProSieben, kabel eins und N24", erklärt Andreas Bartl, Vorstand German Free TV der ProSiebenSat.1 Media AG. Channel Manager wird Katja Hofem-Best (39). "Ich freue mich sehr, dass ich mit Katja Hofem-Best eine so erfolgreiche TV-Managerin als Senderchefin gewinnen konnte", so Andreas Bartl.

Damit erweitert die ProSiebenSat.1 Group auch ihr internationales Netzwerk an Special-Interest-Sendern für Frauen, das u.a. aus den Sendern 'NET5' in den Niederlanden, "vijf TV" in Belgien und "FEM" in Norwegen besteht.

Das Programm umfasst Formate rund um die Themen Lifestyle, Musik, Beauty, Food, Reisen und Gesundheit. Ergänzt werden diese durch Extensions von Formaten der deutschen Senderfamilie, wie z.B. "Popstars - Das Magazin" und erfolgreiche Programme aus anderen Senderfamilien der Gruppe (z.B. "Singles", NL). Ein wesentlicher Bestandteil werden auch deutlich frauen-affine US-Serien sein, die bei FEM TV z.T. in deutscher Erstaussstrahlung zu sehen sein werden, u.a. "Gossip Girl", "Hope & Faith", "Brothers & Sisters", "Melrose Place" oder "Ugly Betty". Dazu kommen natürlich deutsche Event- und TV-Movies.

"Wir haben den Printmarkt sondiert und festgestellt, dass es über 100 Frauenzeitschriften in Deutschland gibt. Das bestätigt uns: Die Nachfrage ist da - und die möchten wir zukünftig gezielt im TV bedienen", so Andreas Bartl. Und: FEM TV ist voll konvergent mit fem.com. Das TV-Angebot wird dabei das Onlineangebot konsequent weiter führen bzw. ausbauen. Sind die Kernzielgruppe online Frauen 19- bis 39-Jährige, wird sie im TV auf die 14- bis 49-jährigen Frauen erweitert.

Das Vermarktungsmodell von FEM TV setzt zunächst auf Kunden, die bisher nicht im TV werben. Andreas Bartl: "Der Blick auf und in das enorme Angebot an Print-Titeln für Frauen zeigt, dass viele der dort Werbungtreibenden keine TV-Werbung machen - das wollen wir ändern!" Die SevenOne AdFactory wird mit maßgeschneiderten Werbungskonzepten auf Unternehmen zugehen, die für ihre Produkte bisher keine TV-Umfelder identifizieren konnten. "FEM TV ist der ideale Einstiegssender für Non-TV-Kunden. Hier können wir gemeinsam mit den Werbungtreibenden kreative Ideen testen und neue Wege gehen", so Bartl.

Der neue Free TV-Senders wird digital verbreitet. Damit erzielt FEM TV zunächst etwa 40 Prozent technische Reichweite, die mittelfristig auf über 60 Prozent ausgebaut werden soll. Entsprechend der technischen Reichweite ist in der Zielgruppe der 14- bis 49-jährigen Frauen mittelfristig ein Marktanteil von 2-5 Prozent anvisiert.

Die zukünftige Senderchefin Katja Hofem-Best kommt von Discovery Networks Germany, die sie zuletzt als General Manager verantwortete (seit 12/2007). Zuvor hatte sie in dem Unternehmen als Geschäftsführerin und Vice President Channels den Sender DMAX aufgebaut und positioniert, ebenso das Pay TV Geschäft und war mit

der Entwicklung neuer Sender betraut (10/2006-11/2007). 1998 kam die gebürtige Aalenerin zu RTLII, zunächst als freie Redakteurin für Unterhaltung. Ende 1999 übernahm sie die Leitung der Unterhaltungsredaktion, 2002 kam die strategische Programmplanung sowie die gesamte Budgetverantwortung im Bereich Programm/Unterhaltung hinzu. Von 2004-2006 verantwortete die studierte Politikwissenschaftlerin als Leiterin Programm schließlich die strategische Programmplanung, Marketing, Presse und On Air Promotion.

"Nach RTLII und dem Aufbau einer erfolgreichen Sendermarke für Männer, freue ich mich sehr innerhalb der deutschen Sendergruppe der ProSiebenSat.1 Group mit FEM TV einen einzigartigen Frauensender in Deutschland etablieren zu können", freut sich Katja Hofem-Best.

@@infblk@@

Pressekontakt:  
German Free TV Holding GmbH  
Petra Fink  
SVP Kommunikation/PR  
Sprecherin  
Tel: 089-9507-1176  
[Petra.Fink@ProSiebenSat1.com](mailto:Petra.Fink@ProSiebenSat1.com)

Originaltext:	ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH
Pressemappe:	<a href="http://www.presseportal.de/pm/73135/prosiebensat-1-tv-deutschland-gmbh">http://www.presseportal.de/pm/73135/prosiebensat-1-tv-deutschland-gmbh</a>
Pressemappe als RSS:	<a href="http://presseportal.de/rss/pm_73135.rss2">http://presseportal.de/rss/pm_73135.rss2</a>